

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, KEPERCAYAAN
KONSUMEN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN *E-COMMERCE* LAZADA DI KECAMATAN SEBERANG
ULU II KOTA PALEMBANG**



Skripsi

**Nama : Widia
Nim :212018347**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

2022

Skripsi

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGANE- *COMMERCE* LAZADA DI KECAMATAN SEBERANG ULU II KOTA PALEMBANG

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



**Nama : Widia
Nim :212018347**

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

TAHUN 2022

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Widia
NIM : 212018347
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas produk, Harga, Kepercayaan, kualitas dan pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan e-commerce lazada di Kecamatan Seberang Ulu II kota Palembang

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata I baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun diperguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan di cantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Palembang, 2021


Widia

Halaman Pengesahan Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

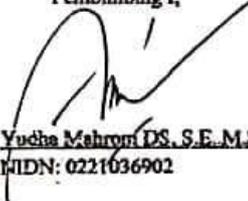
TANDA TANGAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul: Pengaruh Kualitas produk, Harga, Kepercayaan konsumen, dan Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan E- Commerce Lazada di Kecamatan Seberang Ulu II kota Palembang

Nama : Widia
NIM : 212018347
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal Februari 2022

Pembimbing I,


Yucha Mahrom DS, S.E., M.Si
NIDN: 0221036902

Pembimbing II,

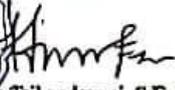

Nadia Afrilliana, S.E., M.Si
NIDN: 0219048501

Mengetahui,

Dean

dan Ketua Program Studi Manajemen




Dr. Zahara Trihandayani, S.E., M.Si
NIDN: 0229057501

iv

Motto :

- ❖ Setiap kesulitan selalu ada kemudahan karena semua telah ditetapkan dan telah ditakdirkan
- ❖ Yakinlah hanya diri sendiri yang bisa membantu langkah kehidupan yang sesungguhnya

Terucap syukur pada MU ya Allah

Kupersembahkan Untuk :

- ❖ Ibuku terbaik di dunia ini yaitu Norsima dan Ayah ku terhebat di dunia ini yaitu Arwinsya Tercinta.
- ❖ Kakakku dan adik-adik ku tercinta yaitu Trisna wati , Mandala saputra dan Nurulaila
- ❖ Kakek dan nenek ku tersayang
- ❖ Teman-temanku
- ❖ Almamater

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PRAKATA

Assalamu'alaikum Warahmatullaahi Wabarakaatuh

Alhamdulillahirabbil'aalamiin, segala puja dan puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah subhanahu wa ta'ala atas berkat Rahmat, Hidayah serta Karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tuntas yang berjudul **Pengaruh kualitas produk, Harga, Kepercayaan konsumen dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan E-commerce di Kecamatan Seberang Ulu II** . Shalawat beriring salam semoga senantiasa tercurah kepada suri tauladan kita Nabi Muhammad shallallahu 'alaihi wasallam beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya hingga akhir zaman.

Penulis mohon maaf jika dalam skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan karena proses penyusunan skripsi tidaklah mudah dan butuh perjuangan yang berat. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tuaku Ayah ku tercinta Arwinsya dan Ibu ku tercinta Norsima yang telah mendidik dengan penuh kasih sayang, mendoakan, memberi dorongan semangat dan motivasi bahkan membiayai sampai dengan peneliti menyelesaikan pendidikan ini.

Selanjutnya penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Abid Djazuli, S.E.,M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Yudha Mahrom DS, S.E, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

3. Ibu Dr.Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si dan Bapak Mister Candra, S.Pd. M.Si selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Bapak Edy Liswani, S.E.,M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Ibu Hj. Belliwati Kosim, S.E.,M.Si dan Bapak Gumar Herudiansyah, S.E.,M.M selaku Penelaah 1 dan Penelaah 2 dalam seminar proposal
6. Bapak Yudha Mahrom, S.E.,M.Si dan ibu Nadia Afrilliana, S.E.,M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
7. Responden yang ada di Kecamatan Seberang Ulu II yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Terima kasih Seluruh keluarga besarku yang tidak dapat disebutkan satu persatu, ayuk Nurmala Sari yang telah membatu aku dalam mencapai kampus Universitas Muhammadiyah Palembang, Ayuk Elysa yang telah membatu mempelancarkan penulisan skripsi dan Sahaba-sahabat seperjuangan terbaikku, kito-kito bae Widi, Tiara, Anggik, Aulia, Yolanda.

Akhir kata penulis mengucapkan terimah kasih yang sebesar-besarnya semoga Allah Subahahu wa ta'ala membalas kebaikan selama penulisan skripsi ini. Semoga skripsi bermanfaat Aamiin ya abbal 'alamin

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakataatuh.

Palembang, Februari 2022
Penulis,



Widia
212018347

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	Error! Bookmark not defined.
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
Motto :	v
PRAKATA	vi
ABSTRAK	ix
ABSTRACK	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	Error! Bookmark not defined.
A. KAJIAN PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.
B. Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
C. Kerangka Pemikiran.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
A. Jenis Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
B. Lokasi Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
C. Operional Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
D. Populasi dan Sampel	Error! Bookmark not defined.
E. Data yang diperlukan	Error! Bookmark not defined.
F. Metode Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
G. Analisis Data dan Teknik Analisis....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
A. Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
B. Hasil dan Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	Error! Bookmark not defined.
A. Simpulan.....	Error! Bookmark not defined.
B. Saran.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR TABEL	
DAFTAR LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Perbandingan rengking online shop di Indonesia tahun 2020	7
Tabel II.1 Perbandingan Harga Smarphone	9
Tabel II.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.....	10
Gambar II.1 Kerangka Pemikiran	Error! Bookmark not defined.
Tabel III.1 Operasional Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel IV.1 Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel IV.2 Uji reliabilitas.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel IV.3 Karakteristik Responden Jenis Kelamin ..	Error! Bookmark not defined.
Tabel IV.4 Karakteristik Responden Usia.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel IV.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	Error! Bookmark not defined.
Tabel IV.6 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kepuasan Peralangan (Y).....	Error! Bookmark not defined.
Tabel IV.7 Distribusi jawaban variabel kualitas produk.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel IV.8 Distribusi jawaban variabel Harga	Error! Bookmark not defined.
Tabel IV.9 Distribusi jawaban variabel Kepercayaan..	Error! Bookmark not defined.
Tabel IV.10 Distribusi jawaban variabel Kualitas pelayanan ..	Error! Bookmark not defined.
Tabel IX. 11 Regresi Linier Berganda	Error! Bookmark not defined.2
Tabel IV.12 Hasil Uji Hipotesis (Simultan) F.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel IV.13 Hasil Uji t (parsial).....	Error! Bookmark not defined.
Tabel IV.14 Koefisien Determinasi Model Summary	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 jadwal Penelitian
Lampiran 2 Kuisioner
Lampiran 3 Frekwensi jswaban Responden
Lampiran 4 Hasil Uji R, T dan, R koefisien deteminasi
Lampiran 5 Tabel R
Lampiran 6 Tabel F
Lampiran 7 Tabel t
Lampiran 8 Surat Keterangan Telah Melakukan Riset
Lampiran 9 Bukti Pelunasan BPP
Lampiran 10 Kartu Aktivitas Bimbingan.....
Lampiran 11 Plagiat Chaker.....
Lampiran 12 Sertifikat SPSS.....
Lampiran 13 Biodata Penulis

ABSTRAK

Widia/212018347/2022/Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kepercayaan konsumen dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan E-commerce di Kecamatan Seberang Ulu II.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Kualitas produk, Harga, Kepercayaan konsumen dan Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan *E-commerce* Lazada di kecamatan seberang ulu II Kota Palembang, untuk mengetahui Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan *E-commerce* Lazada di kecamatan seberang ulu II kota Palembang, untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap kepuasan pelanggan *E-commerce* Lazada di kecamatan seberang ulu II Kota Palembang, untuk mengetahui pengaruh Kepercayaan konsumen terhadap kepuasan pelanggan *E-commerce* Lazada di kecamatan seberang ulu II Kota Palembang, untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan *E-commerce* Lazada di kecamatan seberang ulu II kota Palembang. Penelitian ini bertempat di Jalan Jend Achmad Yani No. 541, kelurahan 16 Ulu, kecamatan Seberang Ulu II, kota Palembang. Variabel dalam penelitian ini adalah kualitas produk, Harga, kepercayaan, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah nonprobability sampling. Jenis data yang digunakan adalah data primer. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah analisis data kualitatif yang di kuantitatifkan. Teknik analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari perhitungan $t_{hitung} > t_{tabel}$, dapat dilihat dari nilai $t_{hitung} 2,532 > t_{tabel} 1,661(X_1)$ nilai $t_{hitung} 2,649 > t_{tabel} 1,661(X_2)$ nilai $t_{hitung} 3,383 > t_{tabel} 1,661(X_3)$ nilai $t_{hitung} 3,110 > t_{tabel} 1,661(X_3)$ maka dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Terdapat Pengaruh kualitas produk, harga, kepercayaan konsumen dan kualitas pelayanan baik secara bersama-sama maupun secara individu.

Kata kunci : Kualitas produk, Harga, Kepercayaan konsumen dan kualitas pelayanan

ABSTRACT

Widia/212018347/2022/The Influence of Product Quality, Price, Consumer Trust and Service Quality on E-commerce customer satisfaction in Seberang Ulu II District.

The purpose of this study was to determine the effect of product quality, price, trust and service quality on Lazada's E-commerce customer satisfaction in the Subdistrict of Across Ulu II, Palembang City, to determine the effect of product quality on customer satisfaction of E-commerce Lazada in the Subdistrict of Across Ulu II, Palembang City, to determine the effect of price on customer satisfaction E-commerce Lazada in the subdistrict across Ulu II, Palembang City, to determine the effect of trust on customer satisfaction E-commerce Lazada in the subdistrict across Ulu II Palembang City, to determine the effect of service quality on customer satisfaction E-commerce Lazada in the sub-district across from Ulu II, the city of Palembang. This research is located at Jalan Jend Achmad Yani No. 541, 16 Ulu sub-district, Seberang Ulu II sub-district, Palembang city. The variables in this study are product quality, price, trust, service quality, customer satisfaction. The sampling method used is non-probability sampling. The type of data used is primary data. The data collection technique used is a questionnaire. The data analysis used is qualitative data analysis which is quantified. Multiple linear regression analysis technique . the results showed that from the calculation of $t_{count} > t_{table}$, it can be seen from the t_{count} value 2,532 > t_{table} 1,661(X1) t_{count} value 2,649 > t_{table} 1,661(X2) t_{count} value 3,383 > t_{table} 1,661(X3) t_{count} 3,110 > t_{table} 1,661(X4) then it can be stated that H_0 is rejected and H_a is accepted. There is the influence of product quality, price, trust and service quality both together and individually.

Keywords: Product quality, price, trust and service quality

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kegiatan pemasaran sangat penting bagi semua bisnis, baik bisnis kecil ataupun bisnis yang tergolong besar. Apabila dalam suatu kegiatan bisnis tidak adanya pemasaran, konsumen tidak akan mengetahui tentang sebuah produk atau jasa yang dihasilkan dari bisnis tersebut sehingga membuat penjualannya menjadi rendah. Tapi dengan melakukan suatu pemasaran yang baik maka akan membuat banyak orang mengetahui tentang produk atau jasa anda, dan memungkinkan banyak konsumen yang tertarik, terlebih lagi produk atau jasa bisnis anda memiliki kualitas dan nilai inovatif, dan keunikan serta memberikan banyak keuntungan.

Dewasa ini perkembangan, teknologi dan informasi sangat erat kaitannya dengan internet. Kemajuan teknologi dan internet saat ini turut serta dalam mendorong perkembangan internet, salah satunya adalah situs jual beli online yang mengalami peningkatan setiap tahunnya. Hal ini dapat dilihat dari nilai transaksi toko online atau e-commerce secara global yang diperkirakan pada tahun 2021 akan naik melebihi 230 persen menjadi US\$ 4,48 triliun atau setara dengan Rp 60.467 triliun. Perkembangan tingkat jual beli melalui toko online ini juga terdapat pada salah satu marketplace yang sedang berkembang yaitu Lazada. Lazada adalah marketplace (jual beli online) berbasis aplikasi mobile yang sedang berkembang di Indonesia.

Membahas mengenai kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan merupakan suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi menurut Daryanto dan Setyabudi (2014:90). Terdapat beberapa faktor pendorong utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas produk, Harga, Kepercayaan dan kualitas pelayanan Menurut Daryanto dan Setyabudi (2014:53). Dimensi kepuasan pelanggan menurut yaitu : Kualitas produk, Harga, Kepercayaan dan Kualitas pelayanan. Suatu kepuasan berhubungan dengan kualitas jasa yang ditawarkan, seperti kehadiran, kecepatan, kemampuan, kemudahan, dalam melayani konsumen, dan lain-lain Menurut Nova (2012: 140). Puas tidak seorang konsumen tergantung pada baik tidaknya kualitas jasa yang disediakan tersebut. Tanpa memperhatikan dimensi-dimensi atau variabel-variabel dalam kualitas jasa, maka perusahaan tidak dapat memberikan pelayanan yang memuaskan pada konsumen. John Sviokla menjelaskan salah satu faktor yang menentukan keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan memberikan pelayanan kepada pelanggan. Dari definisi kepuasan pelanggan dapat dilihat bahwa indikator dari kepuasan pelanggan adalah kesesuaian harapan dan minat berkunjung kembali. Adapun fenomena dari kesesuaian harapan pelanggan merasa tidak puas berbelanja di e-commerce Lazada karena pengiriman produk sangat lama sampainya, sedangkan fenomena dari minat berkunjung kembali pelanggan merasa ragu untuk melakukan pembelian ulang karena

dapat kita ketahui bahwa berbelanja melalui e-commerce Lazada cara pemesanan produknya yang terlalu sulit untuk dipahami oleh pelanggan.

Pada dasarnya berbisnis salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas produk. Kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari pada keinginan pelanggan dan kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Kualitas produk yang dihasilkan akan menjadi bahan pertimbangan dalam suatu perusahaan karena dengan meningkatkannya kualitas produk yang perusahaan berikan maka akan meningkat pula reputasi perusahaan dan mendapatkan nilai baik mata konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2016: 164). Dari pengertian kualitas produk maka indikator dari kualitas produk adapun warna, penampilan dan ukuran, maka dari indikator ini fenomena yang diambil warna dari produk yang tidak sesuai ketika pesanan telah sampai kepada pelanggan, misalnya pelanggan memesan produk berwarna merah tapi produk yang telah sampai kepada pelanggan berwarna pink maka dari itu pelanggan kurang puas, penampilan produk yang ditawarkan tidak sesuai dengan produk yang dipesankan oleh pelanggan misalnya setelah produknya telah sampai ketangan pelanggan penampilan produknya sangat berbeda dengan yang dipesan dan ukuran pada produk yang ditawarkan oleh e-commerce Lazada tidak konsisten pada keterangan pada produk misalnya ukuran yang dipesan

berukuran kecil setelah produk sampai ketangan pelanggan malah berukuran besar.

Harga produk dapat dipengaruhi oleh kepuasan konsumen dalam menetapkan harga produk. Harga merupakan satu-satunya unsur marketing mix yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya unsur biaya saja. Harga yang ditetapkan oleh perusahaan diharapkan mampu membuat konsumen tetap menggunakan suatu produk pada perusahaan tersebut dan meninggalkan produk perusahaan pesaing. Penetapan harga yang tepat merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu perusahaan meraih kepuasan pelanggannya menurut Assauri Sofjan (2011:223). Adapun dari definisi Harga, indikator yang dapat diambil keterjangkauan harga, kesesuaian harga dan kualitas produk, daya saing harga. Fenomena yang diambil kesesuaian tingkat harga dari produk yang ditawarkan Lazada tidak terjangkau oleh pelanggan karena produk yang ditawarkan terlalu mahal, kesesuaian harga dengan kualitas produk tidak sebanding dengan produk yang telah diterima misalnya produk yang terlihat biasa akan tetapi harganya yang terlalu mahal membuat pelanggan tidak tertarik, perbandingan harga yang sangat jauh dari e-commerce yang lainya yang membuat pertimbangan pelanggan untuk mengunjungi Lazada misalnya harga produk yang ditawarkan oleh e-commerce Lazada beda jauh dengan e-commerce lainya .

Pengaruh kepercayaan konsumen terhadap kepuasan pelanggan. Kepercayaan menjadi salah satu faktor utama yang harus dibangun oleh pelaku bisnis jualan beli online. Adanya faktor kepercayaan konsumen merupakan

kepercayaan yang dibangun oleh pelaku bisnis dapat menarik minat konsumen untuk berbelanja online melalui website yang dibangun Menurut (Harris dan Goode 2010). Dari definisi kepercayaan yang membentuk indikator informasi, keluhan dan aman atau resiko. Adapun fenomena yang diambil dari indikator informasi yang diberi e-commerce Lazada tidak sesuai misalnya informasi estimasi waktu pengiriman akan datang pada hari ini ternyata tidak datang pada tepat waktu, keluhan pelanggan terhadap respon *customer service* kurang baik dapat kita ketahui bahwa konfirmasi tentang pembayaran dari *customer service* dari e-commerce Lazada terlalu lambat respon, produk yang ditawarkan kurang aman dan beresiko karena tidak adanya tampilan rute pengiriman misalnya pelanggan tidak bisa melihat produk yang dipesan telah sampai dimana oleh karena itu membuat pelanggan ragu untuk memesan produk di e-commerce Lazada.

Dalam hal kualitas pelayanan, Kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan merupakan Memberikan pelayanan dengan kualitas terbaik sehingga hal ini juga akan terpengaruhi kepuasan konsumen, kualitas pelayanan adalah berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan, serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan Menurut Fandy Tjiptono (2014). Adapun dari pengertian kualitas pelayanan indikator yang dapat diambil keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empaty*). Fenomena yang dapat diambil dari indikator kualitas pelayanan keandalan e-commerce Lazada kurang respon melayani pelanggan misalnya respon pada saat

pelanggan bertanya mengenai produk yang akan di pesan oleh pelanggan yang sangat lama responya, daya tanggap terhadap pelanggan kurang rama dalam segi pemesanan produk misalnya pelanggan bertanya mengenai produk kapan dikirim akan tetapi tidak dijawab pertanyaan dari pelanggan , jaminan didalam e-commerce Lazada membuat konsumen ragu untuk membeli produk yang ditawarkan karena tidak ada garansi jika produk tidak sampai ketangan pelanggan dan empati dari penjual yang kurang melayani pelanggan misalnya pelanggan ingin mengomfirmasi pembatalan pesanan tetapi tidak dihiraukan oleh penjual nya ada di e-commerce Lazada.

Pada umumnya, *online shop* merupakan salah satu bentuk kegiatan meliputi jual beli dan marketing barang atau jasa melalui system elektronik. Pembayaran dilakukan dengan sistem pembayaran yang telah ditentukan dan barang akan dikirimkan melalui jasa pengiriman barang. Melalui *online shop* pembelian dapat melihat berbagai produk yang ditawarkan melalui *website* yang dipromosikan oleh penjual. *Online shop* memungkinkan kedua pembelian dan penjual untuk tidak tatap muka secara langsung, sehingga hal ini memungkinkan memiliki kesempatan mendapatkan pembeli luar negeri. Pada awal tahun 2012 trend *online shop* tampaknya semakin meningkat, mungkin karena lebih praktis dan dan lebih nyaman. Karena barang yang dibeli akan dikirim melalui jasa pengiriman barang setelan kita melakukan pembayaran dikarenakan barang yang dibeli akan dikirim melalu jasa pengiriman barang setelah kita melakukan pembayaran di *online shop* atas

barang yang kita pesan melalui situs *website* yang telah disediakan para pedagang *online shop* tersebut.

Lazada Indonesia sebagai salah satu perusahaan *online shop* lainnya. Lazada.com.id indosia didirikan pada tahun 2012 dan merupakan bagian dari Lazada Group telah beroperasi di Asia Tenggara. Hingga tahun 2014, Lazada Group telah beroperasi di Singapura, Malaysia, Vietnam, Thailand, dan Filipina dengan Singapura sebagai lokasi kantor pusat mereka. Dengan usia perusahaan yang tergolong masih muda. Dengan usia perusahaan yang tergolong masih muda Lazada Indonesia dapat bersaing di bisnis *e-commerce* dengan mendapatkan peringkat cukup rendah di antara *online shop* sejenisnya. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya sumber yang terpercaya yaitu CNN Indonesia yang memberikan informasi tentang peringkat website toko online di Indonesia, yang didasarkan pada jumlah *traffic* belanja *online* yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia sepanjang tahun 2020. Berikut data *traffic* pengunjung *website* toko *online* www.Lazada.co.id

Tabel I.1
Perbandingan pengunjung online shop di Indonesia tahun 2021

Rank of Popolar	E-Commerce	Popular Brand Index
1	Toko pedia	147.790.00
2	Shopee	126.996.700
3	Bukalapak	29.460.00
4	Lazada	27.670.00
5	Blibli	18.440.00

Sumber :<https://www.kontan.co.id/2021>

Berdasarkan hasil dari tabel I.1 yang didapatkan dari website www.Kontan.co.id yang dapat dijelaskan bahwa website toko online Lazada menduduki e-commerce terendah kedua diantara 5 e-commerce lainnya Toko

pedia, shoppe, bukalapak, dan blibli. Meskipun Lazada berumur yang tergolong muda, Lazada Indonesia telah membuktikan eksistensinya sebagai *online shop* walaupun memiliki *website* yang cukup rendah. Kompetisi yang sangat sengit pada toko *online* membuat para perusahaan dengan sigap berusaha untuk memasarkan produknya agar berbeda dari kompetitor lainnya.

Ada beberapa konsep yang terdapat pada toko *online* Lazada yaitu: Banyak potongan harga / diskon, selalu ada promo dengan membagikan voucher untuk mendapat diskon pada waktu tertentu, memiliki beberapa produk yang dijual sendiri, mengadopsi berbagai metode pembayaran seperti Transfer Bank, Kartu kredit, dan yang paling disukai masyarakat adalah metode COD (*cash on delivery*) untuk wilayah tertentu, Menggunakan jasa pengiriman terkemuka seperti JNE dan TIKI serta banyak produk yang ditawarkan oleh toko *online* Lazada. Kita tahu bahwa bisnis online shop saat ini sudah menjadi salah satu jenis usaha yang sangat benefit dan menjanjikan. Berbagai keuntungan bisa didapatkan jika pengelolaan online shop dilakukan dengan tepat. Jika diperhatikan, dari waktu ke waktu potensi bisnis online shop di Indonesia semakin berkembang. Itulah sebabnya berbagai online shop Indonesia terus menerus bermunculan. Berikut perbandingan harga smartphone di beberapa perusahaan yang bergerak di bidang e-commerce sejenis pada tabel berikut :

Tabel II.1
Perbandingan Harga Barang – barang *Toprank* di E-commerce Lazada

Barang	Lazada	Toko pedia	Bukalapak
Samsung M12	Rp 1.729.000	Rp 1.699.000	Rp 1.599.000
Tas wanita	Rp 195.000	Rp 150.000	Rp 140.000
Sepatu sneakers	Rp 247.000	Rp 149.000	Rp 147.000
Baju	Rp 79.900	Rp 67.500	Rp 56.000
Alat Dapur	Rp 35.900	Rp 32.580	Rp 30.000

Sumber : Diambil dari berbagai sumber, 2021

Berdasarkan tabel I.2 diatas dapat dilihat barang – barang ditoko Lazada lebih mahal dari para pesaingnya. Lazada harus melakukan evaluasi terhadap harga yang mereka tawarkan, sehingga sesuai dengan produk yang mereka miliki. Harga yang sesuai bukan hanya untuk menarik pelanggan dalam memilih produk, melainkan juga dapat memperbaiki sikap, kepuasan pelanggan dan loyalitasnya terhadap suatu produk.

Berkaitan dengan hal tersebut, penulis melakukan survey pada 30 pelanggan yang pernah membeli di Lazada yang ada di kota Kecamatan Seberang Ulu II mengenai sejumlah faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan Lazada, maka dari itu peneliti melakukan survey pendahuluan untuk mengetahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Tabel II.2
Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan

No	Survey	Suka	Tidak suk	Jumlah
1	Kualitas produk	12	18	30
2	Harga	14	16	30
3	Kepercayaan konsumen	9	21	30
4	Kualitas pelayana	13	17	30

Sumber: Hasil survey responden, 2021.

Berdasarkan tabel di atas maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Faktor dominan pertama dapat dilihat yaitu kualitas produk, Lazada harus mengembangkan atau memperbaiki kualitas produknya menjadi lebih baik lagi, karena dari kualitas produk yang didapat pelanggan merupakan determinan utama untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan yang loyal, sekaligus merupakan kunci untuk mempertahankan nilai perusahaan sehingga dapat memperlebar jangkauan pasar dan dapat meningkatkan penjualan produk. Melihat dari pelaku usaha sejenis yang memberikan pilihan varian barang yang banyak dan kualitas produk yang berkualitas, maka e-commerce Lazada harus mengembangkan dan memperbaiki kembali kualitas produk yang mereka tawarkan agar pelanggan merasa puas dan melakukan pembelian ulang.
2. Berdasarkan pernyataan kurangnya kesesuaian harga pada e-commerce perlu melakukan inovasi atau variasi pada Harga. Melihat bahwa banyak pesaing pelaku usaha sejenis lainnya yang memiliki harga yang sesuai, maka ini akan menjadi perhatian khusus bagi e-commerce untuk lebih memperhatikan hal tersebut. Karena jika dibandingkan

dengan harga dari produk pesaing, harga produk yang ditawarkan oleh e-commerce Lazada cenderung mahal dibandingkan dengan pesaingnya.

3. Faktor dominan yang dilihat yaitu kepercayaan konsumen, E-commerce Lazada harus membangun online shop yang dapat dipercaya oleh konsumen dalam kepuasan pelanggan, karena dari kepercayaan konsumen tingkat persepsi seseorang akan dapat membandingkan keamanan e-commerce yang lainnya.
4. Selain itu, berdasarkan customer complaint yang terjadi yaitu adanya keluhan pelanggan yang merasa tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh e-commerce Lazada, lamanya pesanan barang yang datang saat telah dipesan, pelayanan konfirmasi pembayaran yang cukup lama akan membuat pelanggan khawatir itu membuat keluhan terhadap pelanggan, dan barang yang dipesan tidak sesuai harapan saat membeli. Kualitas pelayanan yang baik akan menjadi sebuah keuntungan bagi perusahaan. Jika suatu perusahaan sudah mendapat nilai positif di mata konsumen, maka konsumen tersebut akan memberikan feedback yang baik, serta bukan tidak mungkin akan menjadi pelanggan tetap atau repeat buyer.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulisan mencoba melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas produk, Harga, Kepercayaan**

dan Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan E-commerce Lazada di kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang''

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Adakah pengaruh Kualitas produk, Harga, Kepercayaan konsumen dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan Pelanggan Lazada di kecamatan seberang ulu II kota Palembang.
2. Adakah pengaruh Kualitas Produk terhadap kepuasan pelanggan Lazada di kecamatan seberang ulu II kota Palembang
3. Adakah pengaruh Harga terhadap kepuasan pelanggan Lazada di kecamatan seberang ulu II kota Palembang
4. Adakah pengaruh Kepercayaan konsumen terhadap kepuasan pelanggan Lazada di kecamatan seberang ulu II kota Palembang
5. Adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Lazada di kecamatan seberang ulu II kota Palembang.

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh kualitas produk, Harga, Kepercayaan konsumen dan kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan Lazada di Kecamatan Seberang Ulu II kota Palembang.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Lazada di kecamatan seberang ulu II kota Palembang

3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Harga terhadap kepuasan pelanggan Lazada di kecamatan seberang ulu II kota Palembang
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan Lazada di kecamatan seberang ulu II kota Palembang
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Lazada di kecamatan seberang ulu II kota Palembang

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan memberi informasi yang berguna mengenai kualitas pelayanan, harga, produk, promosi, tempat terhadap kepuasan pelanggan Lazada.

2. Bagi penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan agar bisa memahami dan dapat mengaplikasikan teori dan praktik yang di peroleh di Fakultas Ekonomi dan Bisnis khususnya konsentrasi pemasaran.

3. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini bisa dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya sebagai bahan acuan dalam menyelesaikan kasus yang sama

DAFTAR PUSTAKA

- Adyandto, B. C. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image, Harga, Dan Kepercayaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian .
- Assauri,Sofjan. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.460 Hal.
- Daryanto, & Setyobudi, I. (2014).*Konsumen dan pelayanan prima*. Yogyakarta: Gava Media
- Fadilah, Z. (2015). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Online Lazada.
- Fandy Tjiptono. 2016. *Service, Quality & Satisfaction*, Edisi Keempat. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Fandy, Tjiptono. 2014. *Pemasaran Jasa*. Andi : Yogyakarta.
- <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/2020>
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane (2008), *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 12, PT.
- Lupiyoadi , Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : PT. Salemba Empat.
- Mauluhdiyahwati, S. (2017).Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Risiko Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei Pada Konsumen Www.Lazada.Co.Id).
- Prakoso, A., & Arvan.(2017). *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Loyalitas (Studi Pada Forum Jual Beli Kaskus)*.
- Rambat,Lupiyoadi.2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : PT. Salemba Empat.
- Sari, N. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Harga, Kualitas produk, dan Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam berbelanja online di Lazada.co.id
- Sugiyono.(2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*'.Bandung : ALFABETA.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

Supranto.J. (1997). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.